

# DATA-STORYTELLING-FRAMEWORK FÜR DEN ÖFFENTLICHEN SEKTOR

## Konzeptphase

### 1 MOTIVATION Das "warum" festlegen

- Was ist deine Intention? Was willst du erreichen?
- Was soll sich durch das Storytelling-Projekt verändern?
- Welche Bedürfnisse deiner Zielgruppe können erfüllt werden?

### 2 KERN-BOTSCHAFT Erkenntnisse in einem Satz zusammenfassen

- Was ist die entscheidende Information, die das Zielpublikum verstehen und mitnehmen soll?
- Was sollte dein Gegenüber an seine Freund:innen, Kolleg:innen oder Vorgesetzten weitergeben?

### 3 ZIELPUBLIKUM Identifizieren der Adressat:innen

- Welche Person oder Gruppe wird von der Kommunikation am meisten betroffen sein?
- Ist es eine Person oder eine Gruppe? Was verbindet die Mitglieder einer dieser Gruppe?
- Welche mathematischen Kenntnisse und wie viel Finanzwissen kannst du von deiner Zielgruppe erwarten?
- Welche gemeinsamen Erfahrungen, Bedürfnisse, Hoffnungen und Träume hat das Zielpublikum?

### 4 TONALITÄT Stimmung definieren

- Ist die zentrale Botschaft ein Grund zur Besorgnis oder zum Feiern?
- Ist das Ziel eine allgemeine Handlungsaufforderung oder ein dringender Appell?
- Welche Emotionen möchtest du vermitteln? Wie soll das Zielpublikum reagieren?
- Welche emotionalen Assoziationen hat die Zielgruppe mit der Kernbotschaft?

### 5 WAHL DER KOMMUNIKATIONSMITTEL Die Art der Kommunikation bestimmen

- Über welche Medien und Kanäle kannst du dein Zielpublikum erreichen?
- Welches Medium erzählt deine Geschichte am besten?
- Welche Ressourcen hast du zur Verfügung?

### 6 DATEN-AUSWAHL Bestimmen der Datenbasis

- Welche Zahlen sind wirklich wichtig, um deine Kernbotschaft zu vermitteln?
- Wie kannst du eine zahlenlastige Präsentation vereinfachen?
- Würde es helfen, deine Daten zu visualisieren? Wenn ja, welche Art der Visualisierung ist am besten geeignet?

### 7 STRUKTUR DER GESCHICHTE Wahl des Erzählmusters festlegen

- Wird die Kernbotschaft am besten durch einen Menschen vermittelt? In diesem Fall eignet sich bspw. die «Heldenreise».
- Gibt es ein Problem, das gelöst werden muss? Gibt es verschiedene Szenarien zur Problemlösung? Wenn ja, ist die «Himmel – Hölle»-Story eine gute Wahl.
- Wenn keine der oben genannten Möglichkeiten geeignet erscheint, kann die Geschichte einem einfachen Handlungsstrang folgen?

### 8 ARBEITEN MIT TEXT Aufschreiben und überarbeiten

- Sind deine Formulierungen klar und prägnant? Ist die Sprache angemessen für den Bildungsstand und das Finanzwissen des Zielpublikums?
- Wäre dein Text leichter zu verstehen, wenn du diesen anders formatieren würdest?
- Was sind die wichtigsten visuellen Aspekte deines Texts? Gibt es verbale Abschnitte, die du durch Visualisierungen ersetzen kannst?

### 9 ARBEITEN MIT VISUALISIERUNGEN Art der Visualisierung wählen

- Eignen sich deine Daten für eine Datenvisualisierung oder eine Infografik?
- Im Falle eines umfangreichen Datensatzes: Welche Daten unterstützen die Botschaft am besten?
- Im Fall von kleinen oder qualitativen Datensätzen: Was ist die visuelle Geschichte deiner Infografik? Welche Elemente sollte die Grafik enthalten?
- Gibt es Vorgaben in Bezug auf Corporate Identity (CI), die befolgt oder berücksichtigt werden müssen?

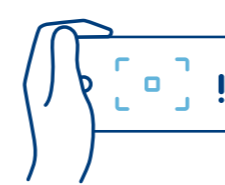
Grundlagen festlegen

Medium wählen

- Verwende nur verifizierte Daten
- Vermeide Dezimalzahlen und Brüche
- Breche grosse Zahlen auf kleinere Einheiten herunter
- Führe Lösungswege und Berechnungen nur als Hintergrundinformation an
- Verwende zusammengesetzte Variablen und Indikatoren
- Füge Referenzwerte hinzu, um zu kontextualisieren
- Biete alternative Wege der Darstellung an
- Mache dir deine eigenen Überzeugungen und Denkmuster bewusst
- Biete ausgewogene Sichtweisen aus mehreren Perspektiven an

- Versuche es in 60 Sekunden zu erzählen
- Reduziere dies auf einen Satz, um zur Kernbotschaft zu gelangen
- Skizziere die Handlung auf einem Storyboard
- Wähle eine geeignete Storyline

Hol dir den Leitfaden als elektronisches Dokument



1 Installiere die App «Artivive»

2 Scanne die Abbildungen mit der App «Artivive»

- Sag es kurz und bündig
- Gestalte deine Sprache energetisch und lebendig
- Vermeide Fachbegriffe und mehrsilbige Wörter
- Verwende die direkte statt indirekte Rede
- Ein Gedanke pro Absatz
- Überschriften fungieren als Storyline
- Schaffe eine visuelle Hierarchie, um Leser:innen zu leiten

- Setze Datenvisualisierung für grosse Datensätze ein:
  - Tabellen helfen dabei, Daten zu organisieren
  - Diagramme dienen zur Visualisierung von Beziehungen
- Setze Infografiken für kleine oder qualitative Datensätze ein:
  - Stell einen leicht verständlichen Überblick über ein Thema dar
  - Ersetzt die geschriebene Sprache



DIE DATEN



DAS NARRATIV



VOM BERICHTEN ZUM KOMMUNIZIEREN



DIE SPRACHE



DIE VISUALISIERUNG